

# 臺北市政府觀光傳播局外部顧客意見改善說明

## 一、 整體綜合分析：

### (一) 問卷回收率

本次本府研考會透過網路及紙本共發送本局外部顧客33份問卷，其中2份為無效(無法聯繫)樣本，有效樣本31份，總計回收12份，回收率38.7%，較10局處總回收率43.2%略低，如表1。對照本局105年度問卷回收率35.3%，則106年度比率略微提升，惟雖回收率有些微差異，回收份數相同，如表2。

[表1]：本府10局處外部顧客滿意度調查問卷回收率

局處	網路發放	網路回收	紙本發放	紙本回收	總計回收	總樣本數	總回收率
勞動局	32	8	540	361	369	569	64.9%
都發局	18	8	15	8	16	31	51.6%
衛生局	119	13	104	81	94	223	42.2%
社會局	287	107	20	20	127	305	41.6%
文化局	63	17	10	10	27	69	39.1%
觀傳局	29	9	4	3	12	31	38.7%
環保局	52	11	48	24	35	92	38%
交通局	64	16	35	19	35	98	35.7%
產發局	171	45	166	69	114	332	34.3%
教育局	295	47	529	233	280	820	34.1%
總計	1130	281	1471	828	1109	2570	43.2%

[表2]：105及106年觀光傳播局外部顧客滿意度調查回收率

	網路發放	網路回收	紙本發放	紙本回收	總計回收	總樣本數	總回收率
105年	31	11	3	1	12	34	35.3%
106年	29	9	4	3	12	31	38.7%

### (二) 受訪者基本資料

包括服務單位性質、業務往來性質、身分及年資等項，彙整如表3。

[表3]：受訪者基本資料

	回答人次	百分比

受訪者 服務單位	私人企業	4	36.4%
	專業團體、公協會、人民團體	6	54.5%
	學術單位	1	9.1%
	總和	11	100%
受訪者與本局 業務關係	一般業務往來	5	45.5%
	委外廠商	2	18.2%
	業管對象	2	18.2%
	專家學者	2	18.2%
	總和	11	100%
受訪者身分	負責人	4	36.4%
	部門主管/幹部	5	45.5%
	承辦人/會員	2	18.2%
	總和	11	100%
受訪者年資	1-5年	6	60%
	6-10年	2	20%
	21年以上	2	20%
	總和	10	100%

### (三) 觀傳局整體表現

1. 本次(106年)研考會調查之題目(包括內容與選項設計)與105年有差異，故部分題目無法與105年度結果相對照。

2. 主動宣導或發送重要政策及訊息：

一半的受訪者認為觀光傳播局「總是、經常」主動宣導或發送政策訊息，另一半人的感受則是「有時、偶爾」會，如表4。

[表4]：會不會主動宣導或發送重要政策及訊息？

	回答人次	百分比
總是會	3	25%
經常會	3	25%
有時會	5	41.7%
偶爾會	1	8.3%
總和	12	100%

3. 提供業務諮詢或聯絡窗口

有1名(8.3%)受訪者表示觀傳局沒有提供業務諮詢或聯絡窗口，如表5，其意義可能是本局雖然各項業務均有提供窗口，

但無法讓所有人注意到該訊息，因此在相關提示或標示方面，仍應隨時注意其易讀性及相對位置。

[表5]：有無提供業務諮詢或聯絡窗口？

	回答人次	百分比
有	11	91.7%
沒有	1	8.3%
總和	12	100%

#### 4. 諮詢往來經驗及次數

全部受訪者均與觀傳局有諮詢往來經驗，如表6，其中，以12次以下居多數，佔72.7%。

[表6]：諮詢往來經驗及次數

諮詢往來	選項	回答人次	百分比
經驗	有	12	100%
	沒有	0	0
	總和	12	100%
次數	4次以下	5	45.5%
	5-12次	3	27.3%
	25-36次	1	9.1%
	37-48	1	9.1%
	49-60	1	9.1%
	總和	11	100%

#### 5. 服務滿意度

91.7%(11人)的受訪者滿意觀傳局提供的服務，如表7，與105年度調查結果相同，如表8。

[表7]：對觀傳局服務滿意度

	回答人次	百分比
非常滿意	4	33.3%
滿意	7	58.3%
普通	1	8.3%
總和	12	100%

[表8]：105與106年度對觀傳局提供服務滿意度比較

提供的服務滿不滿意	滿意	普通	不滿意
105年度	91.7%	8.3%	0%

106 年度	91.7%	8.3%	0%
--------	-------	------	----

## 6. 整體表現滿意度

受訪者對觀傳局的整體表現滿意度達100%，其中非常滿意為3成3，滿意6成7，請參見表9。

[表9]：對觀傳局整體表現滿意度

	回答人次	百分比
非常滿意	4	33.3%
滿意	8	66.7%
總和	12	100%

## 7. 整體表現分數：

受訪者對觀傳局的整體表現給分為平均85.83分，其中評分90分以上有5人(如表10)，總分雖較去(105)年的整體表現分數87.6分略低，不過，因為兩個年度的問卷提問項目有所不同，較難直接論斷退步與否。另與本次本府10個局處的整體表現相較，觀傳局整體表現分數仍為最高(如表11)。

[表10]：為觀傳局整體表現評分級距

	回答人次	百分比
70分-79分	2	16.7%
80分-89分	5	41.7%
90分以上	5	41.7%
總和	12	100%

[表11]：外部顧客對本府各局處整體表現評分

局處	平均分數		局處	平均分數	
	105年	106年		105年	106年
勞動局	81	83.7	觀傳局	87.6	85.83
都發局	80.7	81.75	環保局	72.7	78.43
衛生局	79.5	82.54	交通局	80.3	81.38
社會局	78.8	80.72	產發局	76.5	79.46
文化局	74.9	81.42	教育局	69.8	77.23

## (四) 外部顧客開放意見：

本次共3個受訪者提出4個與本局相關之開放性意見，如表12所示。另針對開放性意見的因應與改善作為，於本文第二點(表13)另外列表說明。

[表12]：外部顧客對觀傳局之開放性意見

編號	建議
1	(1)活動邀約局長參加與否?回應應可加快速度。(2)大陸市場不應放棄，可拜訪移民署溝通高端自由行客人入台證的放寬及加速。
2	相關宣導法令發布主動轉發公會協助宣導。
3	議價不要砍太多，對合作廠商可以再尊重些。錙銖必較很累！

(五) 綜合建議：

1. 政策或法令應擴大宣導層面及頻度：對照本次 10 局處總體一般性開放意見，外部顧客希望本府各單位積極透過傳媒或 Line、FB 等社群加強政策行銷，同時，本局外部顧客亦建議應該透過公協會協助宣導相關法令與政策，可見包括本局在內的本府各單位，對外溝通的頻率與管道應再加強，頻率亦必須提高。建議除了既有的管道、強化利用社群媒體，另可以透過相關公協會的關係脈絡以擴大政策宣導層面，除發文通知外，亦可鼓勵公協會成員加入本府 Line 群組，即時接收活動或政策訊息。
2. 對觀傳局服務及整體表現感到滿意：連續兩年外部顧客肯定觀傳局的服務及整體表現，合計滿意及非常滿意佔 9 成以上，相較於其他受評局處及其外部顧客給分情形，觀傳局的總體表現連續兩年皆高於其他受評局處。觀傳局應秉持與業界及學界良好溝通模式與合作方式，與外部顧客建立暢通溝通管道，維繫與外部顧客關係，並尊重外部顧客專業意見以改善施政。

二、 外部顧客所提重要開放意見改善說明：

外部顧客共提出 4 個建議，茲分別就各建議說明本局因應及改善作為如表 11。

[表 13]：針對外部顧客所提重要開放意見改善作為

外部顧客開放意見	改善作為	目標
活動邀約局長參加與否，回應應可加快速度。	請業務科加速行程通報、評估與登錄作業。	收到邀約 7 日內回應。

<p>大陸市場不應放棄，可拜訪移民署溝通高端自由行人入台證的放寬及加速。</p>	<p>大陸是不容輕易放棄的重要旅遊市場，本局將配合中央對陸客的開放政策，持續針對大陸旅客開發、包裝各客層適性產品，並與航空及旅遊業者合作推廣，吸引自由陸客。</p>	<p>每年至少執行1式大陸地區宣傳(旅展、廣宣或觀光推廣活動)。</p>
<p>相關宣導法令發布，主動轉發公會協助宣導。</p>	<p>未來相關政策或法令將主動透過公協會周知所屬成員，擴大宣導層面。</p>	<p>於局務會議責成本局各業務單位，遇本局觀光或新聞行政政策或法令宣導，必須發函通知相關公協會。</p>
<p>議價不要砍太多，對合作廠商可以再尊重些。錙銖必較很累！</p>	<p>本局標案底價訂定均經過業務科建議、底價審議小組審議，再由首長或其授權人核定。過程會參考業界行情、過去標案決標金額，以及當次廠商報價，並考慮案件當時的情況(例如：是否時程緊迫致業者成本提高)。</p>	<p>標案底價訂定，必須因案制宜，恐難有一體客觀之量化認定。惟本局將持續秉持「給予廠商適當應得利潤，同時又能維持標案履約品質」原則，訂定合宜價格。</p>